

# PARA CONTINUAR EL DIÁLOGO

RAFAEL ALVIRA

**E**n los últimos diálogos hemos vuelto una y otra vez sobre el tema de la identidad. Se trata de un concepto tan relevante como difícil, sobre todo por ser a la vez muy cercano y muy diferente del de individualidad.

Tanto una identidad como una individualidad exentas de contenido no son ni posibles ni pensables, pero la relación entre ambas dimensiones es peculiar. Para limitarnos al ser humano, cuanto menos riqueza de contenido tiene alguien, más nos referimos a él simplemente como “ese individuo”. Lo que identifica de verdad es la riqueza de contenido, y por eso tanto más buenas cualidades tiene un individuo, tanto más vemos en él su carácter de persona, un ser único. Identificar a una persona es captar su unicidad, pero ser único no es lo mismo que ser individuo, sino que es más bien el fruto de la unidad de lo individual con la riqueza interior. El contenido es, por una parte, un conjunto de caracteres accidentales que son semejantes a los que tienen otros seres, como color, tamaño, figura. Ellos nos identifican en lo exterior, y de modo genérico. Por otra parte es una paleta de relaciones, que nos identifican de modo más profundo. Aquí la paradoja es que lo más generador de identidad son las relaciones, pero ello muestra en realidad el ca-

rácter esencialmente social del ser humano.

A mi modo de ver, en orden a la identidad hay cinco tipos fundamentales de relaciones: a. al propio lugar físico de habitación; b. a la propia sangre; c. a la propia cultura; d. a la finalidad vivida en común con otros; e. a las leyes bajo las que se vive.

La gran movilidad del mundo actual hace que la relación a. se vaya debilitando: mientras que ser “paisano” marcó durante siglos a las personas, hoy el espacio en el que se vive es cada vez más virtual; también se debilita claramente b., pues las etnias están cada vez más mezcladas y además -cuestión clave- la paternidad y la familia sufren persecución; c., la “cultura particular” se relativiza en el proyecto multicultural de nuestros días, y además porque la ciencia y la tecnología, junto con los medios de comunicación y transporte, están unificando la humanidad; d., la identidad llega al máximo cuando se tiene algo en común con un ser querido: el que ama la filosofía es filósofo, el que ama a su mujer es marido, etc., pero esta dimensión queda hoy sin fuerza por la prevalencia del individualismo: lo que importa a cada uno es su proyecto, no los proyectos comunes; e., resta -y es otra no pequeña paradoja- que lo único fuertemente identitario hoy es aquello que en sí mismo lo es en el menor grado, a saber, estar incorporado y vivir bajo una Constitución y unas Leyes determinadas.

Lo ahora señalado en estos cinco puntos significa simplemente que el “radicalismo democrático” está cada vez más instalado, y la identidad le es extraña, pues cada ser humano es un “puro individuo” -y, en cuanto tal, igual a todos los otros- con una “libertad absoluta”, sin otra restricción que el cumplimiento de la ley. Su relación al espacio físico es cada vez menor, pues vive en el espacio virtual; no sabe o no le interesa quiénes son sus padres, ni piensa en serlo él; maneja los lenguajes científicos y técnicos “standard”, y un inglés superficial suficiente; desconoce qué significa tener un verdadero fin común con otras personas. No le queda como carácter identitario más que el respeto a la Constitución, a la ley y al orden público.

La pregunta identitaria por excelencia: ¿quién eres, cuál es tu verdadero nombre? se responde ya hoy con un pasaporte en el que puedes poner el nombre que quieras, con tal de que lo registres. Este “éxito democrático”, que es una tragedia antropológica, no se puede arreglar con ocasionales fiestas de vecinos, ni con nacionalismos sentimentales, ni con adopciones de extrañas parejas, ni con “joint ventures”. Sin un Dios verdadero que garantice la individualidad y la socialidad, unidas en una personalidad transcendente, seguiremos oscilando entre el vacío-soledad individualista y las falsas identidades.

**CONSEJO EDITORIAL:** D. HORST ALBACH (UNIVERSIDAD DE BONN, ALEMANIA), D. RAFAEL ALVIRA DOMÍNGUEZ (UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. JAUME AURELL CARDONA (UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. RICARDO F. CRESPO (UNIVERSIDAD DE CUYO. UNIVERSIDAD AUSTRAL, ARGENTINA), D. PIER PAOLO DONATI (UNIVERSIDAD DE BOLOGNA, ITALIA), D. JOAN FONTRUDONA (IESE - UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. JOSÉ ANTONIO GARCÍA-DURÁN (UNIVERSIDAD DE BARCELONA, ESPAÑA), D. SANTIAGO GARCÍA ECHEVARRÍA (UNIVERSIDAD DE ALCALÁ, ESPAÑA), DÑA. MARY ANN GLENDON (HARVARD LAW SCHOOL, ESTADOS UNIDOS), D. SIMON KELLER (VICTORIA UNIVERSITY OF WELLINGTON, NUEVA ZELANDA), D. MIGUEL ALFONSO MARTÍNEZ-ECHEVARRÍA, (UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. RAFAEL RUBIO DE URQUÍA (UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID, ESPAÑA), D. ALEJO J. SISON (UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. GUIDO STEIN (IESE - UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. STEFANO ZAMAGNI (UNIVERSIDAD DE BOLOGNA, ITALIA) | **DIRECTOR/EDITOR** D. ÁNGEL ARRESE (UNIVERSIDAD DE NAVARRA) | **SUBDIRECTOR** D. ALFREDO CRUZ (UNIVERSIDAD DE NAVARRA) | **EDITORAS** Dña. MARINA MARTÍNEZ (UNIVERSIDAD DE NAVARRA) Dña. CRISTINA BOZAL (UNIVERSIDAD DE NAVARRA) | **NUEVAS TENDENCIAS** ES UNA PUBLICACIÓN SEMESTRAL, DIRIGIDA PRINCIPALMENTE A DIRECTIVOS DE EMPRESAS, EN LA QUE SE REFLEXIONA, DESDE UNA PERSPECTIVA HUMANISTA, SOBRE PROBLEMAS, RETOS Y NUEVAS IDEAS QUE AFECTAN AL ÁMBITO DE LAS EMPRESAS Y LAS ORGANIZACIONES. NUEVAS TENDENCIAS Nº 99 DICIEMBRE 2016 © INSTITUTO EMPRESA Y HUMANISMO. UNIVERSIDAD DE NAVARRA 31009 PAMPLONA. ESPAÑA. E-MAIL: CBOZAL@UNAV.ES Y MARINA@UNAV.ES | [HTTP://WWW.UNAV.EDU/WEB/INSTITUTO-DE-EMPRESA-Y-HUMANISMO/](http://WWW.UNAV.EDU/WEB/INSTITUTO-DE-EMPRESA-Y-HUMANISMO/) | **EDITA** SERVICIO DE PUBLICACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA, S.A. | **ISSN** 1139-8124 | **DEPÓSITO LEGAL** NA-226/1999 | **MAQUETACIÓN** CARLA SALA | **DISEÑO ORIGINAL** KEN | **PRODUCCIÓN** IDAZLUMA | **IMPRESO EN ESPAÑA**